

RESOLUCION N° 516/2018

CARRERA: Tecnicatura en Gestión Pública

DEPARTAMENTO: Departamento de Gestión Pública y Administración

ASIGNATURA: Comunicación e Imagen Institucional

CARGA HORARIA: 32 horas

DOCENTES: Prof. Diego Lingeri

“Nada más práctico que una buena teoría”

Kurt Lewin

“Pensamientos sin contenido, son vacíos; intuiciones sin concepto, son ciegas”

Immanuel Kant

FUNDAMENTACIÓN

El espacio Comunicación e Imagen Institucional se encuentra en el tercer cuatrimestre de cursada, es una materia de carácter bimestral y cuenta con treinta y dos (32) horas de desarrollo total. Posee una correlatividad con la asignatura Producción de Textos y Argumentación.

El plan de trabajo que se presenta a continuación pretende pensar un modelo de comunicación institucional y de imagen institucional vinculado a las exigencias del plan de estudios de la carrera Tecnicatura en Gestión Pública de la Facultad de Derecho de la Universidad Nacional del Centro de la Provincia de Buenos Aires (UNCPBA). En este

sentido, la propuesta descansa en tres ejes centrales: el primero, entender a la *comunicación institucional como un proceso social cambiante y complejo*, con múltiples aristas -desde el discurso y la producción de escritos vinculados a procesos de gestión hasta las nuevas tecnologías de la información y la comunicación; el segundo, *comprender a la comunicación institucional como un modelo de gestión y organización del espacio público* -como sistema de información compartida y publicable- y, tercero, sostener a la comunicación institucional *como un espacio de intercambio* entre instituciones (imagen institucional, imagen externa) y hacia organizaciones, grupos e individuos (internos y externos).

Estos lineamientos generales, nos permiten observar un área de conocimientos que se ha explorado en el terreno de la comunicación institucional. La Comunicación Social ha abierto espacios de reflexión (dentro de su campo disciplinario) que van desde los medios de comunicación masiva hasta la tecnologización de la vida, desde los mensajes orales hasta la informacionalización de la comunicación. Lo comunicable, en fin, no se ajusta solamente a los reductos de las telecomunicaciones y los grandes medios. Es necesario tener en cuenta a la comunicación como un espacio institucionalizado en las sociedades contemporáneas, es decir, un espacio de comunicación en y desde las instituciones.

Desde esta mirada, podemos comprender la capacidad organizativa de la comunicación, no sólo a través de la conformación de dispositivos de transmisión y recepción de mensajes, no solo a través de la crítica y construcción de discursos, sino también desde espacios de diseño y comunicación institucional.

En tal sentido, lo comunicacional nos abraza desde nuestras acciones y prácticas cotidianas, mediadas a través de un espacio de apoyatura, un *ethos* que las sostiene y les da peso: las instituciones. Ellas nos rodean, formamos parte de sus entramados y sus escenarios, en fin, no podemos escapar a su presencia inmanente.

En este sentido, se debe pensar en una idea de comunicación institucional que emerge como forma en la institución de nuestras sociedades. Es decir, las instituciones conforman nuestro espacio social y son, en fin, modelos y modos de comunicación.

En este espacio de producción de conocimientos, se priorizan las estrategias de comunicación empleadas por las instituciones modernas, de carácter público: diseños que fomentan la publicidad de esas organizaciones (es decir, el modo en que se presentan) y como muestran su imagen hacia su interior y el exterior.

Estas reflexiones abordan los modelos de comunicación que emplean, los distintos rasgos identitarios que construyen (como imagen); los mensajes e informaciones que producen y que ponen en evidencia las relaciones que mantienen con sus integrantes (sujetos) y con otras instituciones: en fin, también podemos ver allí lógicas de poder y prácticas concretas institucionalizadas.

Los caminos de la información y lo público, las dinámicas instituyente-instituido son algunos de los conceptos que priman en este campo de reflexión (materia): argamasa del poder y los discursos de la institución. Entender a las instituciones como espacios abiertos y en constante cambio, en donde no solo se dirimen acciones de los sujetos y otras instituciones, sino también historias, informaciones (comunicaciones) y políticas.

En este sentido, se considera a la comunicación como un proceso de institucionalización y de regulación de las organizaciones que forman y son parte de nuestras sociedades. Es necesario comprender que, desde esta perspectiva, la comunicación da forma a las instituciones; se lo piensa como un proceso social constitutivo y fundamental de la emergencia, formación y producción institucional.

Por lo tanto, se hace necesario que los estudiantes puedan aprehender estas formas de construcción social, a través de la comunicación institucional, para poder pensar las lógicas propias de los procesos mencionados, pero también para poder entender cuáles son los elementos comunicacionales e institucionales que conforman su modo de vida.

En este sentido, se presenta una estrategia pedagógica que aborda las temáticas de comunicación institucional en concreto (ver el apartado Encuadre Metodológico), a través de problemáticas surgidas en instituciones de carácter público y local. La estrategia general implica explorar y analizar una institución u organización de carácter público y local, en la cual los estudiantes puedan reconocer conceptos relevantes para la comunicación institucional, aplicar estrategias de análisis institucional y detectar dificultades y posibles estrategias de intervención. La idea general de trabajo descansa en el aprendizaje a través de la experiencia, en la producción de conocimientos y en el ejercicio de investigación *in loco*. Así, las estrategias de enseñanza se basan en el desafío, en la propuesta de análisis e intervención hipotética en una institución, mientras que las estrategias de aprendizaje se basan en la experiencia y producción de conocimientos.

Desde esta perspectiva, se pone de manifiesto la intención de trabajar, pedagógicamente, con el mundo institucional inmediato de los estudiantes y desarrollar estrategias de enseñanza y de aprendizaje que puedan poner en tensión conceptos y experiencias para la producción de conocimientos válidos para su futuro desarrollo intelectual y profesional.

OBJETIVOS DE APRENDIZAJE

- Desarrollar el pensamiento crítico y fundamentado en conceptos y teorías pertinentes al campo o disciplina propuesto
- Comprender a las instituciones como procesos de comunicación activos y en desarrollo
- Experimentar el análisis institucional como procedimiento para la producción de conocimiento
- Producir herramientas propicias para el desarrollo e investigación de las lógicas institucionales en clave de comunicación social
- Explorar estrategias de comunicación institucional internas y externas
- Organizar la producción en escritos de carácter académico y profesional para lograr comunicabilidad de resultados y procesos

PROPÓSITOS DEL DOCENTE

- Fomentar la lectura y la producción escrita en clave académica y profesional
 - Poner en Juego herramientas críticas, tanto teóricas como prácticas, para que los estudiantes puedan discernir problemáticas de comunicación institucional
 - Desarrollar criterios de producción de información válida, desde la lógica del análisis institucional
 - Proponer ejercicios de identificación de estrategias de comunicación de instituciones
 - Brindar facilitadores para el aprendizaje significativo (fichas de cátedra, diapositivas, audiovisuales)
-

CONTENIDOS

Eje I

Comunicación e instituciones

Temario

La comunicación en lo social y lo social en la comunicación: diferentes modelos de comunicación social. La necesidad de lo comunicacional en las instituciones. La institución como condición de lo social. Las instituciones en contexto y la importancia de la historización. La comunicación institucional: diferentes modelos de comunicación.

Eje II

La dinámica organizacional y grupal

Temario

El concepto de organización. La comunicación en la organización: un sistema abierto. Cultura organizacional. Los grupos y las dinámicas de comunicación en la organización. Comunicación interna y externa. Concepto de imagen institucional. Identidad organizativa-institucional. Desorganizaciones y nuevos medios de comunicación.

Eje III

Estrategias comunicacionales y diagnósticos

Temario

Diagnóstico institucional. Planificación de la comunicación. Intervención desde la comunicación. Estrategias y tácticas para comunicar en lo público. Diseño de comunicación. Informes de avance y publicación de resultados.

BIBLIOGRAFÍA

Se han numerado los textos de la bibliografía-entre paréntesis al final de cada referencia bibliográfica- para facilitar su uso en este plan de estudio. En el cronograma de actividades, en la bibliografía, se hará referencia a los textos según su numeración.

Eje I

Bibliografía Obligatoria

Castoriadis, Cornelius: Figuras de lo pensable, “Institución primera de la sociedad e instituciones segundas”, Fondo de Cultura económica, Buenos Aires, 2001 (1)

Fernández, Ana María: Instituciones estalladas, “Introducción”, Eudeba, Buenos Aires, 2000 (2)

Mattelart, Armand y Mattelart, Michele: Historia de las teorías de la comunicación. Introducción y Cap. I “El organismo social”, Paidós, Buenos Aires, 1997 (3)

Portugal, Rolando: Fundamentos de la Comunicación Institucional: una aproximación histórica y conceptual de la profesión, en: <http://revistadecomunicacion.com/pdf/2012/Art212-234.pdf> visitado, 10 de marzo de 2018 (4)

Bibliografía complementaria

Foucault, Michel: Vigilar y castigar, “El panoptismo”, Siglo XXI, Buenos Aires, 2004 (5)

Marcuse, Herbert: El Hombre unidimensional. Introducción y Cap. I “Las nuevas formas de control” Planeta Agostini, Barcelona, 1985 (6)

Gumucio-Dagron, Alfonso: Comunicación para el cambio social: clave del desarrollo participativo, Signo y Pensamiento 58 pp 26-39 · volumen XXX · enero - junio 2011 (7)

Eje II

Bibliografía obligatoria

Bleger, José: “El grupo como institución y el grupo en las instituciones”, en La institución y las instituciones, Kaës, R (comp.), Paidós, Buenos Aires, 1989 (8)

Costa, J. (2018): Creación de la Imagen Corporativa. El Paradigma del Siglo XXI, Razón y Palabra, Vol I, Núm. 100 (9)

Formanchuk, Alejandro: Comunicación Interna, Externa e Imagen Corporativa: Nuevos Paradigmas para una Economía Global, Razón y Palabra, vol. 11, núm. 49, febrero-marzo, México, 2006, en <http://www.redalyc.org/pdf/1995/199520713024.pdf>
[Consultado el 8/9/2018](#) (10)

Himmelstern, Fanny: Las organizaciones de hoy son multiculturales, Revista Signo y Pensamiento 51 · volumen XXVI · julio - diciembre 2007 (11)

Lapassade, Georges: Grupos, organizaciones e instituciones. Cap. I “Las fases A, B y C”, Gedisa, Barcelona, 1999 (12)

Lash, Scott: Crítica de la información. Cap. IV “Desorganizaciones”, Amorrortu, Buenos Aires, 2005 (13)

Petit, Francois: “Psicología de las organizaciones” Cap. 1 y 2. Editorial Herder, Barcelona 1984 (14)

Bibliografía complementaria

Mata, María Cristina: Comunicación y ciudadanía. Problemas teórico-políticos de su articulación, Revista Fronteiras – estudos midiáticos VIII (1): 5-15, janeiro/abril 2006 (15)

Uranga, Washington: Poder, gobernabilidad y derecho a la comunicación, en:
http://www.wuranga.com.ar/images/pdfs/pode_2008.pdf 20/01/2012 (16)

Wolton, Dominique: Pensar la comunicación, Cap. VIII “El espacio público” y Cap. IX “La comunicación política”, Prometeo Libros, Buenos Aires, 2007 (17)

Eje III

Bibliografía obligatoria

Baccin, Cristina: Diagnóstico de comunicación: desafíos del “venir entre”, Signo y pensamiento N° 38, 2001, pp. 148-155 (18)

Restrepo, Mariluz: Comunicación para la dinámica organizacional, Signo y pensamiento N° 26, 1995, pp. 91-96 (19)

Schvarstein, Leonardo: Diseño de organizaciones, Cap. 5 “La intervención: análisis institucional y análisis organizacional, Paidós, Buenos Aires, 2001 (20)

Uranga, Washington: Para pensar las estrategias en la planificación desde la comunicación, en:

http://www.washingtonuranga.com.ar/images/pdfs/estra_2011.pdf Consultado 25/08/2018 (21)

Bibliografía complementaria

Valle, Mónica: La comunicación organizacional de cara al siglo XXI, Razón y palabra, 2003, en:

<https://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n32/mvalle.html> Consultado 9/9/2018 (22)

Mata, María Cristina: Diagnosticar también es pensar la comunicación, Educación para la comunicación, curso de especialización; La crujía, 1993, en:

<https://catedracoi2.files.wordpress.com/2013/04/ma-cristina-mata-diagnosticar-tambic3a9n-es-pensar-la-comunicacic3b3n.pdf> Consultado el 9/9/2018 (23)

ENCUADRE METODOLÓGICO

Se propone una metodología que integre elementos teóricos, propuestas de trabajo y experiencias de aprendizaje. Desde esta perspectiva, se articularán estos momentos distintos de producción en una propuesta pedagógica que, al fin y al cabo, estructure todo el proceso de enseñanza y aprendizaje. De esta forma se insta a trabajar con conceptos inherentes a los grandes ejes articulantes de la materia: Comunicación

Institucional, diseño de organizaciones y análisis comunicacional. Desde allí se generarán propuestas de trabajo tendientes a apropiarse críticamente esos conceptos y ponerlos en práctica.

La metodología general de trabajo descansa en el análisis crítico, desde la perspectiva de la Comunicación Institucional, de una *institución de carácter público y local*, que permita a los futuros técnicos desarrollar elementos conceptuales, herramientas críticas y procedimientos de información para comprender y explicar el proceso de comunicación inherente a esas instituciones.

Para ello se hace necesario ocuparse de distintos niveles de producción y lógicas de creación. Es así como se abogará por una logística de producción que integre todo el proceso de cursada. En este sentido cada trabajo que se solicite se articulará con fines de enseñanza, aprendizaje y evaluación.

Este proceso estará dividido en tres niveles integrados, partes del todo y, a la vez, indivisibles. Esos niveles actuarán en lo conceptual, en la logística de producción y en la elaboración práctica de actividades.

Nivel I: Conceptual

Aquí se desarrollarán los distintos conceptos a trabajar. Es necesario pensarlos en términos relacionales y a través de procesos de construcción específicos. El espacio metodológico de lo conceptual estará abocado a pensar los elementos teóricos de los conceptos en juego. A ponerlos en crisis y a aplicarlos a realidades inmanentes, a espacios cotidianos y ámbitos de injerencia.

Nivel II: Logística de producción

La logística de producción se refiere a las estrategias que los estudiantes deben construir para lograr los productos (trabajos) que se les soliciten. Esas estrategias serán pautadas de antemano y tienen que ver con la conformación de una agenda de producciones orientadas a la evaluación final de la materia.

Nivel III: Práctico

Este nivel se relaciona con aquellas actividades que se demandan a los estudiantes. En este espacio de trabajo aparecen consignas de producción que articulan e integran a los niveles anteriores. Así, se les pedirá que elaboren trabajos prácticos en los que puedan plasmar y apropiarse de los conocimientos construidos.

La metodología de trabajo, entonces, integra tres niveles de producción que se cristalizan en las actividades propuestas. Esas actividades se materializarán en distintos soportes y textos: se hará uso de recursos tales como bibliografía, filmografía, páginas web y formatos multimediales.

DESCRIPCIÓN DE LAS ACTIVIDADES TEÓRICAS Y PRÁCTICAS

Las actividades por desarrollarse tendrán una lógica vinculada al encuadre metodológico. El desarrollo de las clases se presentará en tres niveles diferenciados: el conceptual, el de producción y el práctico.

En estos niveles se articulará el proceso de clases, teniendo en cuenta el plan de trabajo y lecturas propuesto por el docente a cargo.

La dinámica de los encuentros estará pensada para abordar, conceptualmente, las ideas centrales que se desarrollan en el campo de trabajo de la comunicación institucional a la vez que, como se explicita en la modalidad de trabajo, se solicitará a los estudiantes la exploración y el análisis de una institución de carácter público y local. La coordinación de actividades y conceptos son el andamiaje central para la producción de informes de avance e informe final (condiciones para la aprobación de la materia).

| Nivel conceptual | Nivel práctico | Nivel de producción |
|--|--|--|
| Desarrollo de temas, ideas y conceptos del área de la Comunicación Institucional | Selección, exploración y análisis de una institución de carácter público y local | Elaboración de informes de avance y el informe final |

Las clases se perfilan como teórico prácticas. Es decir, que se hace inescindible la mirada conceptual, la apropiación y desarrollo de conceptos, de la práctica profesional y

del saber y hacer técnico requerido por el diseño del Plan de Estudios. Esto implica que el desarrollo de las clases diferencia los momentos teóricos y prácticos para la enseñanza y el aprendizaje, pero, a la vez, los considera necesarios y articulados en ese mismo proceso.

El momento teórico, entonces, está pensado para poner en discusión y tensión los diferentes conceptos puestos en relieve en los contenidos de la materia. El momento práctico, está pensado para poner en juego los conceptos aprehendidos y recuperar y producir conocimientos desde la experiencia.

Para ello, se plantea un modo de trabajo que descansa en una lógica dialógica para la puesta en tensión de conceptos y otra lógica de la experiencia para el análisis de una institución pública desde la perspectiva (o disciplina) de la Comunicación Institucional.

Cronograma de clases, tercer cuatrimestre: las clases se dividen en ocho encuentros presenciales de cuatro horas semanales (día y horario a definir).

| | Contenidos | Actividades | Bibliografía |
|-----------|---|---|---------------------|
| Clase I | Comunicación, Procesos y modelos comunicacionales | Reconocimiento de los procesos y concepciones de comunicación a través de ejemplos | 3, 7 |
| Clase II | La comunicación institucional | Lectura y análisis de texto sobre las diferentes concepciones de Comunicación Institucional | 4 |
| Clase III | Las instituciones, contexto e historización | Pensar en una institución para su análisis: de carácter público y local | 1, 2, 5, 6 |
| Clase IV | Organización y grupos | Detectar e identificar en la institución analizada organizaciones y grupos | 8, 10, 11 |
| Clase V | Comunicación | Explorar las estrategias de | 9, 10, 17, 14 |

| | | | |
|------------|---|---|------------|
| | interna y externa, imagen e identidad | comunicación de la institución en la institución elegida | |
| Clase VI | Desorganizaciones y nuevos medios de comunicación | Indagar en otras formas organizativas de la institución a partir de nuevos enfoques comunicacionales y mediáticos | 13, 15 |
| Clase VII | Diagnóstico, planificación y diseño de comunicación | Diagramar estado de cuestión de la comunicación en la institución seleccionada | 18, 20, 21 |
| Clase VIII | Informes de avance y publicación de resultados | Presentación de un escrito (informe) sobre el estado de la comunicación en la institución elegida | 19, 22 |

Trabajos prácticos con relación al cronograma de clases

Clase I

Trabajo práctico I

Las problemáticas comunicacionales y la comunicación institucional

Consigna de trabajo

Recuperar los conocimientos previos de los estudiantes referidos a comunicación. ¿Qué ideas de comunicación conocen? ¿Qué espacios de comunicación reconocen como cotidianos? ¿Qué conceptos de institución manejan? ¿Alguna vez pensaron en la comunicación o en la imagen de las instituciones?

Objetivo

Recuperar y organizar conocimientos previos de los estudiantes sobre comunicación y comunicación institucional

Metodología de trabajo

La estrategia de trabajo descansa en un intercambio dialógico para actualizar conceptos y organizarlos de manera efectiva. Se piensa un producto a modo de mapa conceptual, para poder organizar ideas e identificar el área de conocimientos de la comunicación institucional (e imagen institucional).

Evaluación

Consiste en la elaboración y exposición de un mapa conceptual elaborado con el grupo de clase, a través de la participación dialógica en el encuentro

Clase II

Trabajo práctico II

La comunicación institucional: historia y diferentes conceptos

Consigna de trabajo

Leer el texto “Fundamentos de la Comunicación Institucional: una aproximación histórica y conceptual de la profesión” e identificar allí:

- La historia de la comunicación institucional
- Área de conocimientos y campo de trabajo de la comunicación institucional
- Conceptos relevantes y disciplinas de contacto
- Objetos y problemáticas de trabajo

Objetivo

Identificar el área de conocimientos de la comunicación institucional

Metodología de trabajo

Se propone a los estudiantes el análisis de un texto sobre la comunicación institucional. Es necesario que elaboren una lectura crítica poniendo en tensión la consigna de trabajo y los conceptos trabajados en el texto. Se piensa la producción de un escrito o informe de lectura.

Evaluación

Se considerará el informe de lectura y su correlación con la consigna propuesta.

Clase III

Trabajo práctico III

El análisis institucional: selección de una institución para analizar

Consigna de trabajo

Se propone a los estudiantes seleccionar una institución de carácter público y local, para su análisis institucional. Además de esos criterios de selección, se les pide a los estudiantes la siguiente caracterización de las instituciones:

- Justificación de la selección
- Breve descripción de la institución elegida (Historia, organización formal, funciones)
- Esquema de trabajo y plan de actividades

Se analizarán tres tópicos de trabajo: historia institucional, emergencia de la institución (metas y objetivos) y mecanismos de poder

Objetivo

Identificar y analizar una institución de carácter público y local

Metodología de trabajo

Se piensa en un trabajo de indagación y selección de una institución para trabajo de campo (*in loco*). Además del trabajo y la consigna, se propone la selección de una institución con miras a trabajar durante toda la cursada.

Evaluación

Se piensa la evaluación desde los criterios de selección de la institución, la adecuación bibliográfica y la factibilidad del trabajo de indagación.

Clase IV

Trabajo Práctico IV

La estructura organizacional

Consigna de trabajo

La institución cuenta con una estructura que regula su funcionamiento y le da identidad y forma. Se propone a los estudiantes identificar en la institución seleccionada (ver práctico anterior), organizaciones secundarias (dentro de la institución) y grupos de trabajo. Este trabajo insta a reconocer las dinámicas de comunicación en las instituciones, como así también los procesos por los cuales se constituye su identidad. Se le solicita la elaboración de un informe de observación, sostenido bibliográficamente.

Objetivo

Detectar organizaciones y grupos de trabajo dentro de la institución

Metodología de trabajo

Se propone a los estudiantes observar *in situ* las diferentes dinámicas institucionales, a través de la identificación de organizaciones y grupos dentro de la institución seleccionada. Para ello, cuentan con herramientas elaboradas en el práctico anterior (III) y con información recolectada y elaborada por ellos mismos.

Evaluación

Se tendrá en cuenta, para la evaluación, la producción del informe y su correspondencia con la bibliografía específica para este encuentro.

Clase V

Trabajo práctico V

La imagen institucional

Consigna de trabajo

La imagen institucional es un constructo que se manifiesta en todo el sistema organizativo de la misma. Aquí se les propone a los estudiantes explorar las estrategias de comunicación institucional internas y externas, es decir, la comunicación dentro y fuera de la institución seleccionada, en fin: la construcción de su imagen institucional. Para ello, es necesario que puedan indagar canales formales e informales de comunicación, como así también aquella información que se decide publicitar (hacer pública desde la institución). Se solicita a los estudiantes la elaboración de un cuadro de doble entrada para las estrategias internas y externas de comunicación y una conclusión escrita sobre el modelo de imagen diseñado.

Objetivo

Explorar las estrategias de comunicación interna y externa de la institución seleccionada: analizar su imagen institucional

Metodología de trabajo

Para lograr esta actividad, los estudiantes deben identificar y explorar estrategias de comunicación: poder identificar la comunicación interna y externa, a la vez que se manejan conceptos clave como Imagen institucional.

Evaluación

Se llevará a cabo una evaluación que contemple el instrumento elaborado, como así también la adecuación de la observación a los materiales bibliográficos.

Trabajo práctico VI

¿Desorganizaciones?

Consigna de trabajo

Las nuevas formas de comunicación, proyectadas por el avance tecnológico y el cambio en la cultura de las organizaciones y los individuos proponen nuevas formas de intercambio entre las instituciones y los sujetos. Se propone a los estudiantes indagar y buscar en la institución nuevas formas de organización sostenidas por estos cambios culturales: relaciones en línea, intercambios digitales y agrupación y dinámicas de trabajo no presencial.

Se solicita un resumen escrito (formato a acordar) con estas formas de comunicación y otras estrategias similares de producción institucional.

Objetivo

Explorar nuevas estrategias y formas de comunicación “desorganizadas” (fuera de la lógica moderna de organización-institución).

Metodología de trabajo

Se espera una producción orientada a la exploración de posibles estrategias de comunicación orientadas a nuevas formas de organización y producción de comunicación institucional.

Evaluación

Se comparará el trabajo de investigación realizado en campo, como así también la producción escrita solicitada en la consigna de trabajo.

Clase VII

Trabajo práctico VII

Diagnóstico Institucional

Consigna de trabajo

El diagnóstico institucional es un producto que sirva para la lectura de la institución, en este caso, comunicacional. Se les solicita a los estudiantes que elaboren un informe, a modo de diagnóstico, sobre la comunicación en la institución seleccionada. Allí se pueden observar las fortalezas y debilidades del modelo comunicacional institucional.

El informe debe tener la siguiente estructura:

- Institución
- Dinámica comunicacional (organizativa y grupal)
- Modos de comunicación (interna, externa e imagen institucional)
- Reflexiones sobre el modelo de comunicación (con apoyo bibliográfico)

Objetivo

Reflexionar entorno a la comunicación institucional y la forma de diagnosticar fortalezas y dificultades

Metodología de trabajo

Se piensa una metodología de trabajo orientada a la reflexión y la puesta en común del modelo de comunicación institucional analizado.

Evaluación

Se ponderará la elaboración del informe como así también la puesta en común y reflexiones entorno a la comunicación institucional analizada.

Clase VIII

Trabajo Práctico VIII

Trabajo final

Consigna de trabajo

Este trabajo práctico tiene como finalidad la integración de la investigación o pesquisa realizada por los estudiantes a lo largo de la cursada. Esta investigación posee las características de un trabajo final, de unas diez páginas de extensión, en donde se recupere la experiencia de observación y registro de información en la institución seleccionada.

La estructura del trabajo será la siguiente:

Resumen

Introducción

Desarrollo (marco conceptual e información recabada)

Conclusiones

Bibliografía

Anexos

Objetivo

Sintetizar la experiencia de investigación y observación en una institución de carácter público y local

Metodología de trabajo

Se trata de la escritura de un informe final, de unas diez páginas de extensión de máxima y unas 7 de mínima, escrito en times new roman 12, interlineado 1,5 y con las reglas de citación en formato APA.

Evaluación

La evaluación estará destinada a la elaboración del informe final y a la identificación de los elementos apprehendidos durante la cursada, vinculados a comunicación institucional e imagen institucional.

EVALUACIÓN

La evaluación de la materia es procesual y se diferencia en dos instancias. La primera, tiene en cuenta los distintos trabajos que los estudiantes presenten (trabajos prácticos) y contará con dos medios de prueba parciales (dos parciales) y un trabajo final integrador. Este modo de evaluación se expresará en una nota final, segunda instancia, de carácter numérico que los estudiantes deberán acreditar en mesa de examen final en los llamados correspondientes que estima el calendario académico de la Facultad de Derecho. La materia se aprueba con la nota numérica 4 (cuatro) y es con final obligatorio.
